

La Gesta del Diseñador-Emprendedor

Autor

Mtr. Silvina Rodriguez Picaro, silvina@srpdesign.com
SRP Communication & Brand Design, Argentina

RESUMEN

¡Nunca antes hubo tanto trabajo para un diseñador, sólo hace falta crearlo! Aventuras y desventuras en la gesta de un diseñador-emprendedor. ¡Qué fácil hubiera sido si me lo hubieran explicado en la facultad! Nunca antes existieron tantas oportunidades de trabajo para los diseñadores como ahora: consumidores cada vez más sofisticados, nuevos nichos de mercado, nuevas tecnologías y un mundo cada vez más globalizado están creando un entorno de múltiples oportunidades en las que el expertise del diseñador es más que necesario. ¡Nunca antes hubo tanto trabajo para un diseñador, solo hace falta crearlo! En esta conferencia conocerás un sinnúmero de casos de éxito y algunas claves para que cada diseñador encuentre su propio camino emprendiendo.

Contenidos: 1- ¡Hacen falta "diseñar" nuevas ideas para emprender desde el diseño! Con una superpoblación de agencias de diseño, publicidad y otras especies similares a nivel global, los diseñadores atentan contra la salud de su propia profesión y pierden la oportunidad de brillar en un mundo ávido de buen diseño. Es importante estar atento y buscar nuevos horizontes para crear nuevas oportunidades de negocios.

2- Las 10 formas de remuneración por el trabajo de diseño. ¡Si, hay 10!

3- Nuevos nichos de mercado para diseñadores Más allá de lo obvio, existen múltiples nichos de mercado en los que los emprendedores- diseñadores pueden encontrar mares de oportunidades. Desde la gastronomía, hasta la tecnología –en cualquiera de sus ramas- requieren del buen diseño para tener éxito.

4- Consumidores sofisticados (¡el diseño vende!) Algunos ejemplos y datos de la realidad.

5- Nuevas tecnologías (se buscan diseñadores –urgentemente-) Impresoras 3D, Sublimación, Congelamiento Rápido, Máquinas Expendedoras, Corte de Precisión Laser, Apps, Experiencia del Usuario, Realidad Virtual, por solo nombrar algunas tecnologías, sin duda brillarán mejor de la mano de buenos diseñadores.

6- Aprender a emprender Como sortear los primeros obstáculos a la hora de emprender desde el diseño, para aprovechar el expertise del diseñador como el eje central de la estrategia del negocio.

7- Algunos ejemplos y casos de éxito ¡Que nada te detenga! Un mensaje para ayudar a sortear los obstáculos más comunes.

INTRODUCCIÓN

Insisto en que nunca antes existieron tantas oportunidades de trabajo para los diseñadores como ahora: consumidores cada vez más sofisticados, nuevos nichos de mercado, nuevas tecnologías y un mundo cada vez más globalizado están creando un entorno de múltiples oportunidades en las que el expertise del diseñador es más que necesario.

En esta conferencia conocerás un sinnúmero de casos de éxito y algunas claves para que cada diseñador encuentre su propio camino emprendiendo.

El diseño tiene la increíble capacidad de poder agregar valor, prácticamente a cualquier empresa, o mejor aun a cualquier acción realizada por el hombre. Sin embargo es notable como los diseñadores dejamos de ocupar espacios que naturalmente nos son afines, en parte

porque nuestra formación profesional se ha enfocado más que nada en la tarea de diseñar y ha dejado de lado la tarea de gestionar. Así es como ante el auge del DESIGN THINKING, tan de moda en estos días, que afortunadamente ha logrado llevar el pensamiento proyectual a las salas de directorio y espacios de toma de decisiones de todo el mundo. El método Design Thinking aboga por enfrentarse a las dificultades de gestión de una empresa tal y como los diseñadores se enfrentan a los problemas de diseño. La gran paradoja es que rara vez las empresas tratan estos temas de la mano de diseñadores.

El diseñador promedio, se enfoca mucho en la pasión por diseñar y muy poco en la gestión del diseño, en otras palabras mucho en el árbol y muy poco en contemplar el bosque. Es una situación que no solo ocurre aquí, sino que es un común denominador a nivel global.

Las carreras proyectuales, dedican un tiempo prácticamente ínfimo, a la gestión del diseño y a la gesta de un diseñador emprendedor. Es algo que tenemos que revertir urgentemente!

A través de esta diapositiva, les quiero contar un poco sobre mí...

Ahí estoy contando monedas... yo era una de las pocas niñas de mi grupo que no recibía un dinerito semanal. Lo que en algunos países llaman la mesada. Me quejaba bastante por eso, y ahora en perspectiva, le agradezco a mis padres, porque pienso que el dinero recibido en forma regular y constante mata el espíritu emprendedor. Es una anestesia para el principal móvil del emprendedor: la necesidad.

Ahora existe una palabra nueva ENTREPRENEUR casi un trabalenguas. Les sale pronunciarla? Una palabra difícil para nombrar al que crea, organiza, pone en funcionamiento y administra una empresa.

Este dibujo, lo hice a los seis años cuando iba a la escuela de arte del Museo Larreta en Buenos Aires. Por alguna razón lo eligieron para que se transformara en un afiche de una muestra de arte y estuvo distribuido por casi toda la ciudad... creo que ahí me fascinó la idea de que mi mensaje llegara a mucha gente... me fascinó la reproducción masiva de la imagen.

Durante el secundario, tuve la suerte de convivir con mucha gente emprendedora, muchos emprendedores e hijos de emprendedores... en los recreos cada uno vendía algo... Ahí aprendí que vender no es vergüenza... no sé porque hay tanta gente a la que le da vergüenza vender... porque será?

Cuando terminé mi carrera de grado, me fui a trabajar a Brasil... pensaba que Argentina no tenía futuro. Me tocó una época difícil en Brasil, época de Collor de Mello ... habían congelado los depósitos bancarios... Al tiempo en Brasil, pesé que Brasil no tenía futuro y volví a la Argentina... en fin...

Ya en Buenos Aires trabajé en varias agencias de publicidad, diseño... en cada lugar aprendí algo nuevo... hasta que mi pasión por el Marketing me llevó al Diario La Nación.

Mi trabajo era visitar clientes del diario y tratar de entender en que podíamos ayudarlos, (en síntesis acopiar información para vender más espacio de publicidad).

Un día fui a una reunión en Laboratorios Bagó y tuve una idea: les sugerí auspiciar la sección Farmacias de Turno, les dije que con apenas un cm arriba de la sección y otro cm abajo, generarían la idea de un gran aviso todos los días... casi sin darme cuenta les había vendido una idea... y me gustó esto de vender ideas ☐☐... Lo que también aprendí es que una idea es fácil de copiar... y tuve que ver como Bagó también decidió auspiciar las farmacias de turno del diario competidor: Clarín... ☐☐☐La exclusividad dura muy poco ☐☐☐Pronto me ascendieron y antes de llegar a entusiasmarme renuncié ... para emprender... para empezar SRP, una agencia de comunicación integral.

Creo que hay dos variables importantes en la vida del emprendedor: TIEMPO y DINERO... yo tenía TIEMPO.

Me gustaba la idea de que trabajo (en relación de dependencia) podía tener sólo uno y clientes, podía tener todos los que la estructura de mi empresa pudiera atender bien, y por supuesto todos los que pudiera conseguir... Lo que no tenía tan claro en ese momento es que el principio de Pareto se cumpliría indefectiblemente el 20 % de los clientes generarían el 80 % de los resultados... pero como encontrar a ese 20 %?

Crecimos en SRP brindando cada vez más servicios complementarios, con un doble propósito: ofrecer una amplia gama de servicios relacionados e intentar impedir que posibles competidores entraran en nuestros clientes por no ofrecer los servicios que buscaban... Con el tiempo descubrí otra realidad: esta fórmula que funciona en el mercado Argentino (la oferta generalista) es muy negativa en otros mercados donde se requiere ser especialista.

El emprendedor lo arriesga todo a cada paso, es el precio de su propia creación:... contratos... impuestos... bancos... cláusulas con letra chica... garantías... no hay duda de eso... por eso otra de las cosas que preocupan al emprendedor es el riesgo... en esa época pensaba que el mayor riesgo era que los clientes no pagaran o que lo hicieran demasiado tarde o que las empresas quebraran... hoy pienso que ese es justamente el riesgo menor al emprender.... El riesgo es parte importante de lo que el emprendedor administra día a día... a veces me siento MALABARISTA...

El riesgo mayor es que cambien las reglas del juego y no saber como jugar... y por supuesto las reglas cambiaron... perdimos casi todo en la Argentina del 2001.

En plena crisis, decidimos, abrir una oficina en Estados Unidos, en Miami, apoyados moralmente por muchos clientes, personas que habían sido transferidas a la casa matriz de compañías internacionales que estaban reduciendo su staff en Argentina, pensamos que ellos probablemente continuarían contratando nuestros servicios y en muchos casos así fue.

Allí aprendimos muchas cosas... pero si puedo resumir mi sentimiento en esas primeras épocas... era sentirme dentro de un mar lleno de peces y no saber como ni con qué pescar en esas nuevas aguas.

Un mundo con reglas muy diferentes a las que estábamos acostumbrados... enseguida me llamó la atención la similitud entre las palabras Health (Salud) y Wealth (Riqueza) en inglés. No es llamativo?

El diseño como práctica sustentable

En general, a los creativos nos gusta tanto nuestro trabajo que lo haríamos gratis! Diseñar nos apasiona, y rara vez medimos las horas que nos insume nuestra tarea. El problema es que no siempre tendremos la misma energía, ni podremos continuar trabajando si no nos aseguramos ser remunerados por nuestra tarea, ganar dinero suficiente para que haya un

excedente que haga que nuestro trabajo pueda proyectarse en el tiempo. De eso se trata ser sustentable. En última instancia la misión más importante de cualquier negocio es la permanencia en el tiempo.

Por esa razón, en esta imagen muestro un triángulo imposible. Me encanta mostrar esta imagen porque representa tres variables que no pueden estar al mismo nivel si deseamos perdurar en el tiempo: calidad, servicio y buen precio. Si lo pensamos bien solo es posible tener dos de estas variables. Si se tiene calidad y buen servicio, el Precio no puede ser bajo. Si se tiene un buen precio y buena calidad, pues no será posible brindar un buen servicio. Como emprendedores, tener este triángulo en mente, podrá ahorrarnos muchos problemas y ayudarnos en nuestra supervivencia. Este fue uno de mis errores cuando comencé mi carrera como emprendedora creativa.

¿Porque Emprender?

Tal vez esta es la primer pregunta que debemos hacernos. Emprendedor se nace, o se hace? Se trata de una cuestión de actitud o de aptitud? Son muchas las personas que sienten que un trabajo fijo les da una seguridad, que la empresa propia no da. Yo me pregunto si en un mundo tan complejo y cambiante como el que estamos viviendo tal seguridad no es una simple ilusión. El desafío es poder medir esta supuesta seguridad versus la aventura de emprender.

Hay una relación importante entre las palabras Aprender y Emprender. Es enorme la literatura sobre emprendedurismo. Aquí me propuse una pequeña lista de situaciones que pueden ser un disparador inicial sobre la idea de emprender.

Quiero incrementar mis ingresos!

Necesito mas libertad, No quiero jefes, ni horarios... mmm... he escuchado esto demasiadas veces... La realidad es que al emprender uno va a tener que trabajar mas que nunca, los clientes o los inversores se pueden transformar en jefes virtuales... Emprender requiere mucha disciplina y trabajo duro!

Tengo una idea innovadora

Emprender es una forma para desarrollar nuestras ideas según nuestra visión y nuestras pautas, sin depender de la burocracia ni de los mecanismos de tomas de decisiones en una gran organización. Es una forma de probar nuestras ideas en el mercado.

Una persona con una idea nueva es un loco, hasta que la nueva idea triunfa" Mark Twain

Puedo Agregar Valor

Porque esperar a que otro ponga en marcha nuestra idea? Si la idea puede ser exitosa, no hay nada como implementarla y ponerla en marcha uno mismo.

Aquí es donde podemos utilizar el DESIGN THINKING que tan incorporado tenemos para llevar a cabo nuestro proyecto con éxito.

Necesito desarrollarme profesionalmente

Muchas veces el trabajo en relación de dependencia, no ofrece las oportunidades de desarrollo profesional que un diseñador necesita. Personalmente pienso que este fue mi principal motivador para emprender.

"La suerte es lo que ocurre cuando la preparación y la oportunidad se encuentran y se fusionan." Voltaire

Creo en mi proyecto

Quiero elegir y liderar mi equipo

Necesito probar mis conocimientos en la realidad del mercado Quiero dividir el riesgo

Si lo pensamos fríamente, un trabajo en relación de dependencia, es casi equiparable a tener un único cliente. ¿Que pasa si ese cliente deja de necesitarlos? Un emprendimiento con muchos clientes y de ser posible de diversos sectores de negocios, para balancear los vaivenes de los mercados, nos ayudará a dividir ese riesgo en nuestros ingresos.

Todas estas son ideas muy válidas a la hora de emprender desde el diseño.

Contenidos:

1- Hacen falta "diseñar" nuevas ideas para emprender desde el diseño!

Con una superpoblación de agencias de diseño, publicidad y otras especies similares a nivel global, los diseñadores atentan contra la salud de su propia profesión y pierden la oportunidad

de brillar en un mundo ávido de buen diseño. Es importante estar atento y buscar nuevos horizontes para crear nuevas oportunidades de negocios.

Si todos hacemos lo mismo y no nos diferenciamos, todos perdemos.

Pienso que lo primero que un diseñador decidido a emprender debe hacer es definir un buen análisis FODA, en el que evalúe a conciencia sus FORTALEZAS, DEBILIDADES, AMENAZAS y OPORTUNIDADES. Eso le va a permitir encontrar sus diferenciales, ver que tiene, y que le hace falta. Entender si puede emprender solo, si necesita socios, o si puede reemplazar socios con empleados y cuáles son las características de las personas que debe sumar al equipo.

Otro de los temas importantes a definir es el foco de acción. Hay otros modelos de negocios, pero estos tres son los más conocidos. Cada modelo tiene sus ventajas y desventajas, lo importante es entender donde uno como emprendedor se siente cómodo interactuando.

B2C Business to Consumer, es un emprendimiento orientado al consumidor final. La gran ventaja de este modelo es que de alguna manera la comunicación es directa entre el

emprendedor y el consumidor. Es más fácil probar que es lo que funciona y lo que no funciona en el punto de venta, es más sencillo modificar los precios, realizar tácticas de prueba y error permanentemente. Es un modelo que permite más flexibilidad, inclusive cuando cambia el contexto del mercado, como en el caso de la inflación. Este es mi modelo favorito para el diseñador emprendedor, se adapta bien al diseño de moda, de mobiliario, arquitectónico, juguetes, diseño de productos alimenticios, e inclusive al diseño editorial.

B2B Business to Business, es un emprendimiento orientado a empresas. En mi caso, mis empresas se orientaron hacia este modelo de negocios, ofreciendo productos y servicios a empresas privadas. Este modelo, tiene la ventaja de que el los puntos de contacto y los esfuerzos de venta son más acotados, la gran desventaja en la difícil flexibilidad en los precios y la lentitud en los pagos, algo que afecta el flujo de caja y puede atentar contra la salud de cualquier negocio. Por eso en este caso es muy importante saber evaluar la calidad de un cliente, sobre todo como reconocer un mal cliente. Esto es algo de lo que les voy a contar más adelante.

B2G Business to Government, es una empresa o emprendimiento orientado a trabajar con el gobierno. En muchos casos es el modelo más rentable y su factibilidad y sus riesgos depende del contexto y de la transparencia de contratación.

Aquí muestro la imagen del conocido Victorinox. Un objeto precioso, pero que es generalista... Pienso que cada vez más se requiere ser especialista. Es decir, como emprendedores creativos debemos tener foco en lo que hacemos.

Para tener éxito en nuestros emprendimientos, los diseñadores y creativos, debemos familiarizarnos con palabras como Business Plan, o plan de negocios. Inversores, Cash Flow o flujo de caja, Barreras de Entrada, Riesgo, Liability (responsabilidad), Copyright, Sustentabilidad, Competencia, y Muchísimas más que si bien no las hemos aprendido en la facultad son la esencia de todo negocio.

Ahora bien, habiendo definido un buen análisis FODA y el tipo de Empresa, habrá que definir nada más ni nada menos que la forma en que el negocio recibe sus ingresos.

2- Más de 10 formas de remuneración por el trabajo de diseño.

Es probable que podamos definir muchas más formas de cobrar por nuestro trabajo, pero pienso que estas son las más habituales.

Mark-up

Desde que el mundo es mundo, agregar valor e incrementar el precio de un producto mediante un Mark up, o mejor aún olvidarse del Mark up y cobrar lo que percibimos que nuestro segmento de mercado está dispuesto a pagar, generando una diferencia a nuestro favor. Es una de las formas más simples y efectivas de generar dinero como diseñador.

Royalty

Cobrar una regalía o Royalty por un producto que diseñamos, es una forma interesante de asegurarnos un ingreso sobre un proyecto determinado. Es bastante común en el diseño de mobiliario, de juguetes, de imágenes, libros. La parte más compleja es que es difícil auditar las ventas. Lo bueno de esta forma de trabajo es que, si el producto resulta exitoso, continuaremos cobrando a lo largo del tiempo de vida del producto.

Por Proyecto

Vender servicios profesionales por un valor fijo o fee por proyecto, es otra forma de ser remunerados por nuestro trabajo como diseñador. Muchos de los clientes quieren tener a mano una especie de menú con opciones como si se tratara de un restaurante. En mi opinión es una forma riesgosa de trabajar, ya que son muchas las variantes a la hora de cotizar un proyecto.

Por Hora

En muchos mercados, la costumbre es pagar los servicios profesionales por hora de trabajo. Lo bueno de esta metodología, es que el diseñador cobra efectivamente por el tiempo dedicado, lo malo es que no tiene un incentivo adicional como profesional. Desde el punto de vista del cliente, es difícil de entender.

Fee Mensual

Muchos clientes y también muchos profesionales, prefieren pautar una remuneración mensual en base al cumplimiento de determinadas tareas o de horas de trabajo. Esto hace la remuneración previsible y también el flujo de caja. El riesgo es que el trabajo puede ser percibido de manera inequitativa. El cliente siente que paga mucho y recibe poco a cambio y el diseñador piensa que dedica mucho tiempo y es mal remunerado.

Concurso de Ideas

Muchas veces nuestro cliente, ya sea una empresa, un gobierno y una organización no gubernamental (ONG) quiere ver varias ideas para elegir la mejor solución, para esto invitan a varios profesionales a presentar ideas. Por lo general los concursos de ideas tienen dos niveles de remuneración, uno general para todos los participantes, y otro para el ganador de la idea que se va a implementar.

Concursos Abiertos

Estos son concursos a todo o nada, o se gana o se pierde, a lo sumo hay un segundo premio y alguna mención especial que puede agregar prestigio profesional.

Concursos Online

Cada vez son más populares los “concursos” de diseño online en sitios como 99Designs. No son mis favoritos, pero suelen ser un buen punto de partida.

Venta Online

Sitios como Fiver, permiten vender servicios profesionales online a precios muy accesibles. Es una alternativa para diseñadores principiantes con tiempo ocioso.

Ingresos Pasivos

Generar Contenido Propio puede ser una buena fuente de ingresos pasivos. Lo bueno es que prácticamente no se requieren esfuerzos de ventas. Lo malo es que es difícil poder vivir únicamente de los ingresos pasivos. No es fácil generar ingresos de estas características, y sin duda requiere que el diseñador salga de la zona de confort.

Estos son algunos ejemplos:

Publicidad Online

Internet abrió nuevas formas de remuneración online. Si abres tu propio blog, o portal puedes recibir publicidad online tipo *Pay per Click* o *Pay per Lead* que ira directamente a tu cuenta.

Libros

Publicar un libro puede ser muy prestigioso, pero además puede ser una importante fuente de ingresos. Normalmente el autor recibe un 10 % del precio de tapa, cuando se trata de editoriales tradicionales que publican sus libros en papel, pero este porcentaje puede llegar hasta un 50 % para editoriales no tradicionales que publican libros a demanda e *ebooks*.

Stock Images

Generar imágenes para venta online en los bancos de imágenes reconocidos puede ser una fuente de ingresos constante. En este sentido *Shutterstock*, *Getty Images*,

Templates Web

También es posible vender *templates* de sitios web o WP en sitios online. Sitios como *ThemeForest* son muy populares.

Templates Print

También existe la posibilidad de vender *templates* de trabajos de diseño para impresión. Es posible vender desde *templates* de folletos hasta logos o tarjetas. Sitios como *GraphicRiver* o *MarketPlace* lideran este mercado.

Fonts

El diseño de *fonts* puede ser comprado y vendido a través de varios sitios online. *Marketplace* es uno de los más reconocidos.

Apps y Juegos

Las ventas de Apps y juegos realizadas por diseñadores, muchas veces en sociedad con programadores, han ido incrementando sostenidamente.

Vender know-how

Sitios como *Koocam* permiten vender conocimientos a través de video, no solo de diseño sino de otros temas.

3- Nuevos nichos de mercado para diseñadores

Más allá de lo obvio, existen múltiples nichos de mercado en los que los emprendedores-diseñadores pueden encontrar mares de oportunidades.

Desde la gastronomía, hasta la tecnología –en cualquiera de sus ramas– requieren del buen diseño para tener éxito. En la medida en que los diseñadores no tengamos una actitud proactiva y proclive a la enseñanza de nuestras capacidades otros tomaran los espacios que naturalmente nos son afines.

4- Consumidores sofisticados (el diseño vende!)

Algunos ejemplos y datos de la realidad.

Aquí les comparto algunos ejemplos en estos slides que me parecen importantes por su grado de diversidad.

5- Nuevas tecnologías (se buscan diseñadores –urgentemente-)

Impresoras 3D, Sublimación, Congelamiento Rápido, Maquinas Expendedoras, Corte de Precisión Laser, Apps, Experiencia del Usuario, Realidad Virtual, por solo nombrar algunas tecnologías, sin duda brillarán mejor de la mano de buenos diseñadores.

6- Aprender a emprender

Como sortear los primeros obstáculos a la hora de emprender desde el diseño, para aprovechar el expertise del diseñador como el eje central de la estrategia del negocio.

7- Algunos ejemplos y casos de éxito

Arte Comercial o Puro Diseño. Romero Britto.

Itsu. Health & Happiness. O el Diseño también se come. Costa Express. El Potencial de las Máquinas Expendedoras. ChillIN. Un concepto establecido.

American Express Vende Diseño en sus *Business Lounges*.

El poder del *Cobranding* Entre Diseñadores. Melissa + Karl Lagerfeld. OBag. Todo Intercambiable.

Saks y la magia de las impresoras 3D

Jansport y el poder de la sublimación al *extreme IStick*. Muebles de encastre sublimados.

Que nada te detenga!

Un mensaje para ayudar a sortear los obstáculos más comunes.

Sobre la Autora:

Silvina Rodriguez Picaro es diseñadora gráfica, autora, disertante y emprendedora creativa. Master en Comunicación Institucional y MBA en Marketing. Fundo SRP Communication & Brand Design, SRP Interactive y SRP Healthcare Communication.

BIBLIOGRAFÍA

Change by Design – Tim Brown –

The Street-Smart Entrepreneur: 133 Tough Lesson I learned the hard way – Jay Goltz –